

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до практичних занять та самостійного вивчення дисципліни

«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

*(для студентів денної та заочної форм навчання
спеціальності 051 – Економіка)*

Харків – ХНУМГ ім. О. М. Бекетова – 2019

Методичні рекомендації до практичних занять та самостійного вивчення дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» (для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 051 – Економіка) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад. : Н. М. Матвєєва, Н. О. Волгіна. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 26 с.

Укладачі : Н. М. Матвєєва,
Н. О. Волгіна

Рецензент доц., канд. екон. наук В. В. Величко

Рекомендовано кафедрою економіки підприємств,
бізнес-адміністрування та регіонального розвитку, протокол № 1
від 30.08.2018.

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Структура дисципліни	5
2. Завдання для практичних занять та самостійної роботи	6
2.1 Змістовний модуль 1 «Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги»	6
Практичні завдання	6
2.2 Змістовний модуль 2 «Управління конкурентоспроможністю підприємства»	13
Практичні завдання	13
Контрольні запитання для перевірки знань.....	18
Тестові завдання для перевірки знань.....	20

ВСТУП

Управління конкурентоспроможністю підприємства як галузь науки і навчальна дисципліна є системою знань про принципи, методи та технологію формування конкурентних переваг і забезпечення на їх основі життєздатності підприємства як суб'єкта економічної діяльності.

Метою практичних занять з дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» є поглиблення теоретичних знань, оволодіння сучасним методичним інструментарієм, практичними навичками з ефективного управління конкурентоспроможністю підприємств міського господарства в сучасних умовах господарювання.

Практичні заняття спрямовані на отримання студентами практичних вмінь щодо аналізу положення підприємства у конкурентному середовищі, конкурентних переваг підприємства, розробки та оцінки конкурентної стратегії, розрахунку показників конкурентоспроможності продукції (послуг) та конкурентоспроможності підприємства.

Самостійна робота спрямована на систематизацію та поглиблення теоретичного матеріалу, отриманого в ході лекцій, та закріплення набутих на практичних заняттях вмінь та навичок.

1 Структура дисципліни

Змістові модулі та теми	Кількість годин									
	денна форма					заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		лек	лаб	пр	срс		лек	лаб	пр	срс
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
МОДУЛЬ Конкурентоспроможність підприємства										
Змістовий модуль 1 Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги										
Тема 1	14	1	-	3	10	12	1		1	10
Тема 2	14	1	-	3	10	12	1		1	10
Тема 3	14	1	-	3	10	12	1		1	10
Тема 4	9	1	-	3	5	7	1		1	5
Тема 5	10	2		3	5	7	1		1	5
Тема 6	10	2		3	5	6,5	0,5		1	5
Тема 7	9	2		2	5	6,5	0,5		1	5
Разом за ЗМ1	80	10	-	20	50	63	6		7	50
Змістовий модуль 2 Управління конкурентоспроможністю підприємства										
Тема 8	12	1	-	2	9	14	1		1	12
Тема9	13	2	-	3	9	14	1		1	12
Тема 10	13	1	-	3	9	14	1		1	12
Тема 11	15	2	-	4	9	13,5	0,5		1	12
Тема 12	16	2		4	10	11,5	0,5		1	10
Разом за ЗМ 2	70	8		16	46	67	4		5	58
(ІЗ)Контрольна робота «Конкурентоспромо жність підприємства»						20				20
Усього годин						20				20
Разом	150	18		36	96	150	10		12	128

2 ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

2.1 ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

«Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги»

Практичні завдання

Завдання 1. Методом експертних оцінок дібрано та здійснено ранжування найбільш вагомих факторів зовнішнього середовища підприємства, що позитивно або негативно впливають на його розвиток. Кожен з обраних факторів відповідно до його вагомості для галузі та впливу на підприємство може мати оцінку у балах від 1 до 3. Вихідні дані для розрахунку наведені в таблиці 1.

Розрахувати комплексний показник впливу кожного з факторів зовнішнього середовища на підприємство місцевої будівельної промисловості з урахуванням його позитивності або негативності.

Таблиця 1 – Вихідні дані

Фактори зовнішнього середовища	Оцінка в балах		Позитивність або негативність впливу (+, -)
	Важливість для галузі	Вплив на підприємство	
1. Фінанси, відсоткова ставка за кредитами	3	1	+
2. Місцеві податки	1	1	+
3. Конкуренти	2	2	+
4. Партнери	3	3	-
5. Місцеві органи влади	3	1	-
6. Профспілки	2	2	-
7. Постачальники	1	3	-
8. Споживачі	2	1	-

Завдання 2. За даними попереднього завдання накреслити профіль середовища для всіх факторів у таблиці 2 та графічній формі.

Завдання 3. Зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства з виробництва місцевих будівельних матеріалів характеризується наступними факторами.

Таблиця 2 – Дані про фактори зовнішнього середовища

Найменування фактору	Ймовірність впливу фактору	Вплив фактору
1. Підвищення попиту на продукцію	низька	високий
2. Зниження відсоткових ставок за кредитом	низька	середній
3. Підвищення податків	середня	високий стан
4. Підвищення цін на продукцію	висока	середній
5. Активізація профспілок з метою підвищення зарплати	висока	легкий удар
6. Поява нових ринків збуту	середня	низький
7. Поява товарів-замінників	низька	критичний стан
8. Диверсифікація виробництва, випуск нових виробів	низька	високий
9. Підвищення цін на сировину	середня	важкий стан
10. Поява нових технологій у конкурентів	низька	руйнівний стан

Внутрішнє середовище

1. Технічний досвід виробництва.
2. Недостатній розвиток сервісу, нецінових методів конкуренції.
3. Неефективна система управління.
4. Кваліфікований персонал.
5. Великі виробничі запаси.
6. Розгалужена мережа збуту.
7. Передові технології.

8. Повільне оновлення асортименту.

9. Низькі витрати.

10. Малий асортимент продукції.

Необхідно:

1) побудувати матрицю SWOT-аналізу. На підставі матриці дати оцінку різним комбінаціям можливостей та загроз конкурентного середовища підприємства, пов'язаними з його сильними та слабкими сторонами. Зробити висновки щодо можливих стратегій;

2) побудувати матриці оцінок загроз і можливостей конкурентного середовища, виходячи з яких: а) ранжувати можливості і загрози відповідно до полів, до яких вони потрапляють; б) виявити критичні фактори зовнішньої середовища і конкурентні переваги.

Завдання 4. В таблиці 3 наведені показники конкурентного протистояння трьох підприємств. На підставі даних таблиці необхідно заповнити матрицю конкурентного профілю; визначити конкурентну позицію кожного підприємства та виявити основного конкурента.

Таблиця 3 – Показники конкурентного протистояння підприємств

Ключові фактори успіху	Вагова оцінка фактору	Рейтингова оцінка, балів		
		Підприємство 1	Підприємство 2	Підприємство 3
1. Частка ринку	0,15	2	4	3
2. Можливості цінового маневрування	0,15	3	2	3
3. Фінансові можливості підприємства	0,2	2	3	4
4. Якість продукції	0,4	2	4	3
5. Дисципліна поставок	0,1	3	2	4

Завдання 5. Визначити і надати характеристику факторам, що визначають гостроту конкурентної боротьби і напрямки їх впливу на прикладі підприємства місцевої будівельної промисловості.

Завдання 6. Група підприємств, що виробляють аналогічну продукцію, конкурують на ринку. Показники діяльності підприємств наведені в таблиці 4.

Таблиця 4 – Показники діяльності підприємств

Підприємство	Обсяг продажу за рік, тис. од.	Співвідношення, «Ціна/Якість»
Підприємство №1	150	високе
Підприємство №2	130	високе
Підприємство №3	156	середнє
Підприємство №4	180	середнє
Підприємство №5	140	низьке
Підприємство №6	255	високе

Необхідно:

1) побудувати позиційну карту в координатах «Ціна/Якість», «Ціна/Обсяг продажу». Річний обсяг продажу вважати: до 150 тис. од. – низьким, 150–180 тис. од. – середнім, більше 180 тис. од. – високим;

2) на основі позиційної карти оцінити протистояння підприємств-конкурентів.

Завдання 7. Підприємство з виробництва місцевих будівельних матеріалів серед іншого виробляє теплоізоляційне покриття для ізоляції теплових мереж. Підприємство планує покращити якісні характеристики продукції за рахунок використання сучасного теплогідроізоляційного покриття – жорсткого пінополіуретану. При цьому зменшується товщина матеріалу та зростає його вартість. Оцінити економічну ефективність

підвищення якості продукції за рахунок виробництва нового матеріалу шляхом розрахунку індексів витрат з урахуванням зміни рівня якості та вартості матеріалу. Вихідні дані для розрахунку наведені в таблиці 5.

Таблиця 5 – Вихідні дані

Базові показники		Планові показники	
Товщина матеріалу, мм	Вартість матеріалу, грн.	Товщина матеріалу, мм	Вартість матеріалу, грн.
4,45	44	3,04	49
4,91	47	2,61	53
4,01	43	2,39	50
3,98	45	2,01	52
3,12	46	1,9	52

Завдання 8. Підприємство виробляє гідроізоляційні матеріали для монтажу та ремонту покрівлі і успішно конкурує на українському ринку з вітчизняними та закордонними виробниками. Для встановлення ціни на матеріал з новими фізико-механічними характеристиками підприємство вирішило застосувати конкурентну модель ціноутворення, беручи за основу продукцію свого основного конкурента. При цьому підприємство бажає отримувати прибуток у розмірі, не меншому 15% від собівартості продукції, яка становить 104,25 грн/кв. м.

Маркетологи підприємства провели аналіз конкурентоспроможності нового покрівельного матеріалу відносно базового виробу конкурента. Аналіз показав, що за фізико-механічними параметрами новий матеріал поступається базовому (індекс технічних параметрів $I_{ТП} = 0,86$), але за економічними параметрами має кращі позиції ($I_{ЕП} = 0,94$). Ціна базового виробу конкурентів – 124,67 грн.

Визначити ціну матеріалу з новими фізико-механічними характеристиками за рівнем його конкурентоспроможності. Перевірити, чи виконується при такій ціні умова граничного рівня прибутковості, встановленого підприємством.

Завдання 9. На ринку внутрішньо міських перевезень комунальні підприємства міського електричного транспорту конкурують з приватними перевізниками (автотранспортними підприємствами, що здійснюють перевезення автобусами різної місткості та маршрутними таксі). Для означених підприємств-конкурентів визначити ключові фактори успіху з урахуванням наявних і тих, що можна прогнозувати, умов розвитку галузі та внутрішньогалузевої конкуренції, реалізація яких забезпечить їм конкурентні переваги.

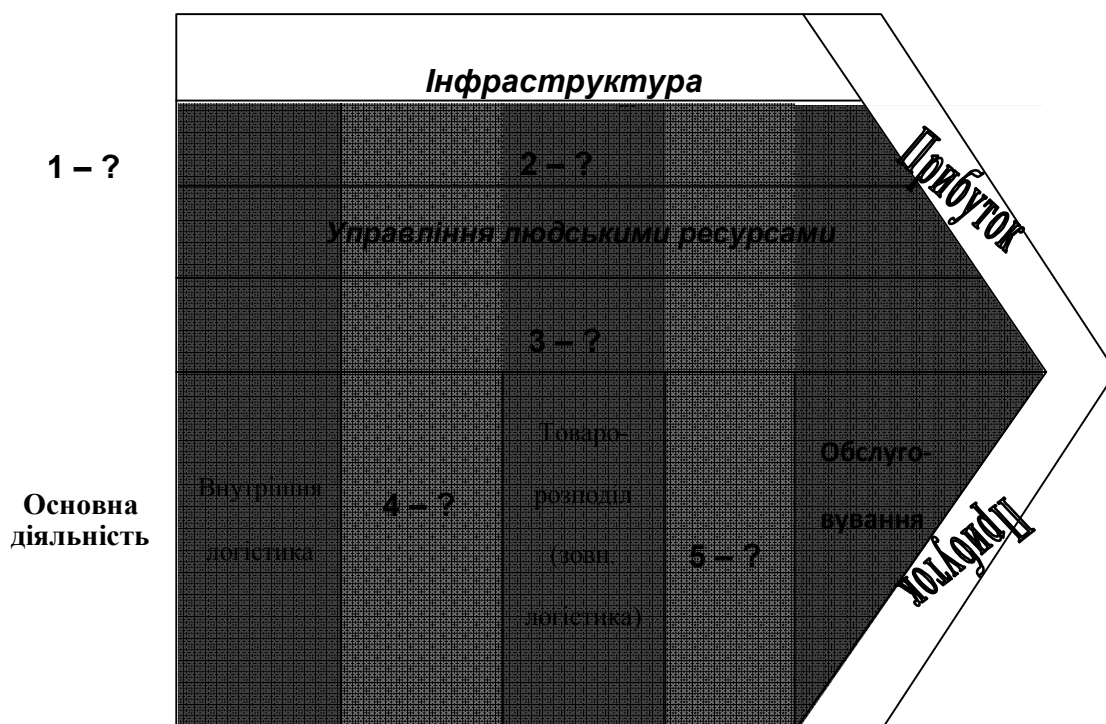
Завдання 10. В таблиці 6 представлена конкурентна карта ринку, розроблена для 10 підприємств місцевої будівельної промисловості.

Таблиця 6 – Конкурентна карта ринку

Темпи зростання ринкової частки (T_i)	Ринкова частка (D_i)			
	Лідери ринку	Підприємства з сильною конкурентною позицією	Підприємства зі слабкою конкурент ною позицією	Аутсайтери ринку
Підприємства з конкурентною позицією, що швидко покращується	№9,10	№7	№6,8	№3
Підприємства з конкурентною позицією, що повільно покращується	№5		№2	
Підприємства з конкурентною позицією, що повільно погіршується			№1	
Підприємства з конкурентною позицією, що швидко погіршується			№4	

Надати інтерпретацію конкурентної карти ринку та запропонувати варіанти конкурентних стратегій для підприємств №№ 1, 3, 5, 10.

Завдання 11. Вставити пропущені елементи у «ланцюг створення цінностей».



Спроектувати «ланцюг створення цінності» освітньої послуги, що надає вищий навчальний заклад міста.

2.2 ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

«Управління конкурентоспроможністю підприємства»

Практичні завдання

Завдання 12. Методом експертних оцінок дібрано та здійснено ранжування наступних факторів, що впливають на ступінь конкурентоспроможності продукції підприємства: 1) якість продукції; 2) ціна продукції; 3) якість сервісу; 4) експлуатаційні витрати.

Кожному фактору експерт мав присвоїти кількість балів від 1 до 5.

Вагова оцінка факторів наступна: якість продукції – 0,4; ціна продукції – 0,3; якість сервісу – 0,2; експлуатаційні витрати -0,1.

Результати експертної оцінки факторів конкурентоспроможності продукції підприємства наведена в таблиці 7.

Таблиця 7 – Результати експертної оцінки факторів конкурентоспроможності продукції підприємства

Експерти	Експертна оцінка фактору у балах			
	Якість продукції	Ціна продукції	Якість сервісу	Експлуатаційні витрати
Експерт 1	3	3	4	3
Експерт 2	4	3	4	3
Експерт 3	3	3	3	3
Експерт 4	4	3	4	4
Експерт 5	4	4	4	3

Визначити конкурентоспроможність продукції підприємства.

Завдання 13. Проаналізувати конкурентоспроможність продукції використовуючи методику багатокутника конкурентоспроможності. Вихідні дані наведені в таблиці 8.

Таблиця 8 – Вихідні дані

Показник конкурентоспроможності продукції	Абсолютне значення показника		
	нормативом	конкурентом	аналізованим зразком
1. Інтегральний показник якості продукції за нормативний строк експлуатації 10 років, од. корисного ефекту	3500	3600	3000
2. Ціна одиниці продукції, грош. од.	160	150	170
3. Інтегральний показник якості сервісу споживачів, долі одиниці	1,0	0,95	0,9
4. Витрати на експлуатацію продукції за 10 років, грош. одиниць	2000	1500	2200
5. Інтегральний показник якості управління за стадіями життєвого циклу продукції і аспектам управління, долі одиниці	1,0	0,9	0,8

Завдання 14. В таблиці 9 наведені показники діяльності підприємств, що конкурують на ринку. Проаналізувати і оцінити конкурентоспроможність підприємств використовуючи метод Ж. Ж. Ламбена.

Таблиця 9 – Показники діяльності підприємств

Показники	Підприємство А	Підприємство Б	Підприємство В	Підприємство Г
1. Собівартість одиниці продукції, грн.	40	46	35	38
2. Обсяг продажів, тис. грн.	70	300	200	55
3. Ціна одиниці продукції, грн.	48	50	40	43

Завдання 15. Визначити конкурентоспроможність продукції за даними таблиці 10.

Таблиця 10 – Вихідні дані

Показники	Продукція підприємства			
	А	Б	В	Г
1. Ринок, на якому представлена продукція	Країни з високим рівнем розвитку	Інші країни	Внутрішній ринок	
2. Показник значущості ринку	1,0	0,7	0,5	0,5
3. Рівень конкурентоспроможності продукції	0,95	1,05	1,1	0,97
4. Обсяг продажів на даному ринку, грош. од.	60	210	730	80
5. Питома вага продукції в загальному обсязі продажів	0,056	0,194	0,676	0,074

Завдання 16. Підприємство місцевих будівельних матеріалів випускає три види теплоізоляційних матеріалів. Визначити інтегральний показник конкурентоспроможності продукції за окремими видами матеріалів і за цим показником визначити вид матеріалу, який є найбільш конкурентоспроможним на ринку. Необхідні для розрахунків вихідні дані наведено у таблиці 11.

Таблиця 11 – Вихідні дані по видах продукції

Параметри	Оціночні значення параметрів по видах матеріалів, балів					
	Матеріал 1		Матеріал 2		Матеріал 3	
	Еталонний виріб	Виріб підприємства	Еталонний виріб	Виріб підприємства	Еталонний виріб	Виріб підприємства
1	2	3	4	5	6	7
<i>Споживчі:</i>						
– надійність;	8	6,2	7	5,8	8	5,2
– довговічність;	7	6,1	6	5,6	7	6,2

Продовження таблиці 11

1	2	3	4	5	6	7
– зручність користування;	6	6,4	7	5,6	7	5,8
– дизайн;	8	7,6	8	6,4	8	6,2
– гарантійне обслуговування;	8	7,1	8	6,4	7	6,1
– упаковка.	6	5,6	6	2,4	6	5,8
<i>Економічні:</i>						
– ціна продажу;	6	8,2	7	9,0	7	7,1
– витрати на ремонт;	6	5,9	6	5,8	5	3,8
– вартість обслуговування;	5	5,1	7	5,2	7	5,8
– непередбачувані витрати.	3	2,7	3	2,1	3	2,0

Примітка : оціночні значення параметрів по матеріалах у балах розраховані відносно до максимально можливої кількості балів – 10.

Завдання 17. Підприємства А, Б, В виробляють аналогічну за призначенням продукцію і конкурують на ринку між собою. Показники діяльності підприємств наведені в таблиці 12.

Таблиця 12 – Показники діяльності підприємств

Показники	Підприємство А	Підприємство Б	Підприємство В
1. Ціна продукції, грн. за од.	21	19	23
2. Показник якості продукції, долі од.	0,95	1,0	1,25
3. Показник конкурентоспроможності продукції, долі од.	1,1	1,0	1,15
4. Показник ефективності системи збуту, бали	7	3	8
5. Показник ефективності системи просування продукції на ринок, бали	5	6	4

Провести таксонометричний порівняльний аналіз конкурентоздатності підприємств використовуючи метод радару.

Завдання 18. На основі даних таблиці 13 розрахувати індекси конкурентоспроможності продукції за ціною для кожного виду продукції кожного підприємства та зробити узагальнені висновки про рівень конкурентоспроможності продукції ЗАТ «Укрриба».

Таблиця 13 – Дані по підприємствам торгівлі

№	Найменування продукції	Одиниця виміру	<i>Виробники</i>				
			ЗАТ «Укрриба»	ТОВ «Продімлекс»	«С.О.В. Гавань»	ЗАТ «Морепродукти»	ТОВ «ЮТА»
1	2	3	4	5	6	7	8
<i>Риба солена</i>							
1	Кілька	кг	3,0	3,25	2,95	3,3	3,2
2	Лосось	кг	17,5	—	16,5	17,0	16,0
3	Оселедець	кг	4,2	4,3	4,0	3,9	4,5
4	Скумбрія	кг	8,0	7,4	8,5	—	8,0
5	Лосось (філе)	кг	65,0	70,0	64,5	—	—
<i>Риба гарячого копчення</i>							
6	Мінтай	кг	9,5	—	10,2	10,0	10,5
7	Пелінгас	кг	10,0	13,0	12,5	—	—
8	Скумбрія	кг	8,0	11,7	9,4	9,6	8,5
9	Скумбрія (рулет)	кг	14,5	15,5	—	—	16,0
<i>Риба холодного копчення</i>							
10	Кілька	кг	5,3	5,4	5,25	5,15	5,3
11	Лосось	кг	24,5	—	24,5	24,0	—
12	Форель	кг	59,0	66,0	—	—	—
13	Лосось (філе)	кг	70,0	72,0	—	69,5	—
14	Мойва	кг	6,7	—	6,6	7,1	7,0
15	Скумбрія (без голови)	кг	10,0	10,6	10,5	11,0	10,5
16	Скумбрія (з головою)	кг	8,7	10,0	9,0	10,5	10,0

Продовження таблиці 13

1	2	3	4	5	6	7	8
Продукція фасована та в вакуумній упаковці							
17	Оселедець х/к	шт	7,0	7,0	7,5	—	6,5
18	Скумбрія х/к	шт	10,0	10,2	9,8	—	9,5
19	Кілька х/к	шт	2,0	—	2,2	2,1	—
20	Мойва х/к	шт	2,7	—	2,5	2,5	—
21	Лосось (брюшки) х/к	шт	6,0	—	5,5	—	6,0
22	Форель (спинка) х/к	шт	5,5	—	5,5	—	5,0
23	Лосось (нарізка) с/с	шт	8,0	8,6	9,2	8,0	—
Рибна кулінарія							
24	Масло ікорне	шт	2,1	—	2,0	—	—
25	Масло лососеве	шт	2,2	3,0	—	3,95	—
26	Масло з креветок	шт	2,2	—	2,5	3,95	—

Завдання 19. Розробити стратегію конкурентної поведінки на прикладі будь-якого підприємства міського електричного транспорту.

Завдання 20. Здійснити інтегровану оцінку конкурентоспроможності освітніх послуг на прикладі будь-якого ВНЗ. Перелік критеріїв оцінки конкурентоспроможності для здійснення оцінки наступний:

- індекс громадської оцінки;
- індекс міжнародного визнання;
- конкурс в аналізованому році;
- середній бал шкільних атестатів;
- число викладачів з розрахунку на 100 студентів;
- відсоток кандидатів і докторів наук до загального числа викладачів;
- число дійсних членів і членів-кореспондентів державних академій.

Завдання 21. Проаналізувати на ваш вибір будь-яку програму підвищення конкурентоспроможності житлово-комунального господарства м. Харкова.

Контрольні запитання для перевірки знань

1. Розкрийте зміст поняття «економічна конкуренція» та якими є відмітні риси її сучасного трактування?
2. Що виступає предметом економічної конкуренції?
3. Які класичні моделі конкуренції вам відомі?
4. Назвіть сучасні наукові школи, що досліджують маркетинг і конкуренцію.
5. На яких рівнях економічної системи протікає конкурентна взаємодія суб'єктів конкуренції?
6. За якими основними ознаками класифікується економічна конкуренція?
7. Охарактеризуйте типи ринкової поведінки підприємств.
8. Дайте порівняльну характеристику основних ринкових структур.
9. Які форми економічної конкуренції вам відомі?
10. Що є спільного та відмінного між ціновою та неціновою конкуренцією?
11. Для характеристики яких об'єктів використовується така властивість як конкурентоспроможність?
12. Назвіть основні ознаки конкурентоспроможності як одного з критеріїв ефективності економічного суб'єкта.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. Основними критеріями конкурентоспроможності товарів виступають:

- a) безпечність;
- b) доступність;
- c) достовірність;
- d) всі відповіді вірні.

2. У процесі оцінки і управління конкурентоспроможністю необхідно враховувати інтереси обох суб'єктів ринкових відносин (споживачів і виробників). Це принцип.....:

- a) принцип квазістабільності ринкової кон'юнктури;
- b) принцип переважно раціональної поведінки суб'єктів ринку;
- c) принцип протилежності цілей і засобів;
- d) принцип оцінки з позиції певного суб'єкта ринку: виробника, продавця, споживача.

3. Недоліками й обмеженнями інтегрального показника конкурентоспроможності виступають:

- a) ранжування конкурентну позицію тільки по одному значенню;
- b) переважне використання експертних оцінок
- c) результат залежить від адекватності вибору системи показників;
- d) ускладнено проведення кількісного факторного аналізу.

4. Перевагами аналітично-розрахункового методу оцінки конкурентоспроможності товару є:

- a) кожному товару може бути поставлено у відповідність будь-яке число, що значно полегшує порівняння їх конкурентоспроможності (чим більше число, тим більш конкурентноздатний продукт);
- b) достатньо просте порівняння з товарами-конкурентами;
- c) метод дозволяє визначити ступінь відхилення даного продукту від ідеалу, що і визначає його конкурентоспроможність.

5. *Метод оцінки конкурентоспроможності, який базується на використанні і співставленні одиничних параметрів аналізованої продукції та бази порівняння – це:*

- a) диференціальний метод;
- b) комплексний метод;
- c) змішаний метод.

6. *Під час оцінки рівня конкурентоспроможності перспективних розробок або імпоротної продукції, що вперше з'явилася на ринку найбільш доцільним є використання*

- a) методу експрес-аналізу;
- b) експертного методу;
- c) матричного методу.

7. *Абсолютний рівень якості того чи іншого виробу:*

a) знаходять шляхом обчислення вибраних для його вимірювання показників без їх порівняння з відповідними показниками аналогічних виробів;

b) визначають, порівнюючи показники певної продукції з абсолютними показниками якості кращих аналогічних вітчизняних та зарубіжних зразків виробів;

c) недостатньо характеризує якість продукції, оскільки самі по собі абсолютні значення вимірників якості не відображають ступінь відповідності товару сучасним вимогам.

8. *До складових управління конкурентоспроможністю продукції відносять:*

a) управління обслуговуванням в процесі продажу та після продажним сервісом;

- b) управління якістю;
- c) управління зовнішнім середовищем;
- d) управління витратами;
- e) управління фінансуванням та інвестиціями.

9. Основні підходи до управління конкурентоспроможністю продукції включають:

- a) відтворювальний підхід;
- b) другорядний підхід;
- c) інтеграційний підхід;
- d) комплексний підхід;
- e) маркетинговий підхід;
- f) системний підхід;
- g) спостережний підхід;
- h) функціональний підхід.

10. Визначити терміни, зміст яких наведено нижче:

a) _____ – процес планування, забезпечення необхідного рівня і підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою цілеспрямованого впливу на умови і чинники, що формують конкурентоспроможність.

b) _____ – сукупність властивостей і характеристик продукції та послуг, що обумовлюють їх здатність задовольняти встановлені й передбачувані потреби.

c) _____ – передбачає одночасне врахування різних аспектів управління конкурентоспроможністю продукції;

d) _____ – зорієнтований на використання і підсилення взаємозв'язків між: окремими підсистемами і елементами системи управління конкурентоспроможністю продукції, стадіями життєвого циклу об'єкта управління, рівнями управління по вертикалі, суб'єктами управління по горизонталі.

11. Конкурентоспроможність підприємства – це:

a) потенційна або реалізована здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, що ґрунтується на конкурентних перевагах підприємства;

визначає здатність підприємства витримувати конкуренцію на певному ринку; відображає позицію даного підприємства відносно конкурентів;

б) певний аспект менеджменту підприємства, спрямованого на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

12. За класифікаційною ознакою «Місце виникнення» виділяють такі чинники конкурентоспроможності підприємства, як:

- А) незалежні;
- Б) похідні;
- В) зовнішні;
- Г) внутрішні.

13. За класифікаційною ознакою “Сфера походження” виділяють такі чинники конкурентоспроможності підприємства, як:

- А) науково-технічні;
- Б) організаційно-економічні;
- В) соціальні;
- Г) постійні;
- Д) тимчасові;
- Е) екологічні;
- Ж) політичні.

14. Мета управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в:

- А) знищенні усіх реальних та потенційних ринкових суперників;
- Б) забезпеченні прибутковості діяльності підприємства за будь-яких змін у його внутрішньому середовищі;
- В) забезпеченні життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

15. Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є:

А) рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції;

Б) певне коло осіб, що реалізують мету управління конкурентоспроможністю.

16. Суб'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є:

А) рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції;

Б) певне коло осіб, що реалізують мету управління конкурентоспроможністю.

17. До загальних функцій управління конкурентоспроможністю підприємства відносяться такі функції, як:

А) цілевстановлення;

Б) планування;

В) нормування;

Г) організація;

Д) проектування;

Е) мотивація;

Ж) інжиніринг;

З) контроль.

18. До базових принципів управління конкурентоспроможністю слід віднести:

А) принцип системності управління;

Б) принцип відсікання зайвого;

В) принцип збереження та розвитку конкурентних переваг підприємства;

Г) принцип ринкової орієнтації;

Д) принцип цільової спрямованості;

Е) принцип глобалізації;

Ж) принцип комплексності;

З) принцип гнучкості;

І) принцип домінування другорядного.

19. Конкурентними перевагами великих підприємств є:

– акумулювання коштів у значних масштабах, що дає змогу фінансувати програми з підвищення якості продукції, рекламні кампанії, інноваційні проекти;

– низька капіталоємність, швидка окупність вкладень, невисокі експлуатаційні та накладні витрати підприємства;

– економія на масштабах виробництва та можливості зниження собівартості продукції;

– мобільність, здатність до швидкого реагування на зміни кон'юнктури ринку, оперативність освоєння нової продукції та зміни обсягів виробництва в межах виробничих можливостей.

20. *Конкуренція, що виникає в ситуації, коли товар, що випускається певним підприємством і поряд з товарами інших фірм задовольняє конкретну потребу споживача, за формою є:*

d) предметною конкуренцією;

e) видовою конкуренцією;

f) функціональною конкуренцією.

21. *В основі виокремлення ринку продавця і ринку ринок покупця, лежить така класифікаційна ознака, як:*

d) ступінь влади;

e) залежність від того, хто є покупцем товару і з якою метою він купується;

f) простір дії.

22. *Ринкова ситуація, за якої відносно велика кількість невеликих виробників пропонують схожу, але не ідентичну продукцію. Кожне підприємство даного середовища задовольняє невелику частку ринкового*

попиту на продукцію, який реалізує підприємство. Це конкурентне середовище:

- a) досконалої конкуренції;
- b) монополістичної конкуренції;
- c) олігополії;
- d) монополії.

1. Визначити терміни, зміст яких наведено нижче:

a) _____ – відчуття вдоволення або відчуття розчарування, яке виникає у людини, яка порівнює свої попередні очікування та реальні якості придбаного товару.

b) _____ – реалізовані фактори успіху, які мають ринкове походження і безпосередньо сприймаються клієнтом.

c) _____ – сукупність навичок і технологій, яка базується на явних та прихованих знаннях, забезпечує формування цінностей у системі клієнта, є оригінальною по відношенню до конкурентів і відкриває доступ до нових ринків;

d) _____ – сукупність чинників ринкової та ресурсної орієнтації, які можуть вплинути на формування довгострокової конкурентоспроможності фірми і, відповідно, на її стратегічний успіх.

Виробничо-практичне видання

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до практичних занять та самостійного вивчення дисципліни

«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

*(для студентів денної та заочної форм навчання
спеціальності 051 – Економіка)*

Укладачі : **МАТВЄЄВА** Наталя Миколаївна,
ВОЛГІНА Наталія Олександрівна

Відповідальний за випуск *О. В. Димченко*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання *І. В. Волосожарова*

План 2016, поз. 274 М

Підп. до друку 23.01.2017. Формат 60 x 84/16
Друк на ризографі Ум. друк. арк. 0,7
Тираж 50 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.
Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 5328 від 11.04.2017.